中文科技期刊新媒体运营之路

唐名威 [1, 2, 3]
（1. 北京信通传媒有限责任公司，北京 100078；2.《大数据》编辑部，北京 100078；
3.《智能科学与技术学报》编辑部，北京 100078）

摘　要：新媒体及相关技术给传统科技期刊，尤其是中文科技期刊带来了巨大的冲击和挑战，同时也带来了新的发展机遇，为了适应新的发展形势，对我国中文科技期刊“重出版、轻传播”的现状进行了分析，并系统阐述了我国中文科技期刊新媒体发展普遍存在的推送内容单一、呈现形式死板、运营能力薄弱等问题，最后从新媒体平台选择及推广内容加工、视听内容生产、新媒体集群建设 3 个方面提出了利用新媒体提高中文科技期刊传播速度和效率的发展建议，以期为中文科技期刊新媒体平台运营提供参考。

关键词：中文科技期刊；新媒体运营；期刊集群；科技传播　　**中图分类号：**G237　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）05-052-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.05.014
本文著录格式：唐名威 . 中文科技期刊新媒体运营之路 [J]. 中国传媒科技，2022（05）：52-54.

2021 年 5 月，在中共中央政治局集体学习中，习近平总书记强调：要下大气力加强国际传播能力建设，形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权，为我国改革发展稳定营造有利外部舆论环境。高质量的科技出版是赢得国际话语权的最重要的途径之一，很大程度上反映了一个国家的创新能力和综合实力，也是最重要的世界话语权。建设世界科技强国、文化强国，必须重视科技出版工作。科技期刊是科技出版的核心，是推动科技创新研究、赢得世界科技话语权的最直接、最快速的工具。近几年，国家高度重视世界一流科技期刊建设，自 2019 年以来，陆续出台了《关于深化改革 培育世界一流科技期刊的意见》《关于规范高等学校 SCI 论文相关指标使用树立正确评价导向的若干意见》《关于推动学术期刊繁荣发展的意见》等文件，开展了中国科技期刊卓越行动计划和“分领域发布高质量科技期刊分级目录”工作，在期刊平台建设、人才评价导向、科技期刊资助、期刊评价导向等方面给予了前所未有的支持。尤其强调了：反对“唯论文”和论文“SCI 至上”等不良倾向，鼓励实行论文代表作制度。在这种形势下，作者发表论文的初衷更加纯粹，不是为了发论文而发论文，而是真的希望通过平台进行学术交流和宣传推广自己的研究成果，作者更加关注其成果通过期刊平台能取得哪些反响和传播效果。那么，对于科技期刊从业者来说，如何突破信息孤岛困境，帮助提升学者知名度、高效传播科研成果并促进成果转化，将是科技期刊尤其是中文科技期刊赢得更多优秀稿源和可持续发展亟需解决的问题。

1. 中文科技期刊主动传播意识差

科技期刊是科研成果最权威的传播平台和渠道。然而，在过去一段时间里，我国大多数科技期刊“重出版、轻传播”，编辑部更关注内容建设，过度聚焦期刊的影响因子等评价指标，却忽视了科研成果的新闻属性[1]，低估了科技传播在国家科技创新体系中的重要性。这使得大部分科研成果往往生产后就“躺”在期刊里，处于“休眠状态”，并未很好地服务我国经济建设。同时，这样也会使科技期刊发展陷入恶性循环，即期刊社会影响力弱—吸引不到优秀稿源—期刊影响力持续下降。根据 2019 年度参加年检的期刊数据统计，仅有 46.35% 的期刊注册并运营了官方微信公众号，10.97% 的期刊开通了官方微博账号。由此可见，我国很大一部分科技期刊对内容传播重要性的认识程度还远远不够。近几年，我国英文科技期刊发展迅速，在国内外的学术影响力快速攀升，而相比英文期刊来说，中文期刊发展非常缓慢。经调研分析，我国英文期刊编辑部普遍将“宣传推广”放在工作的首位，十分注重内容的有效传播，并充分借助国内外期刊宣传展示平台推广期刊优质内容。而主要面向国内读者传播的中文期刊仅将“宣传推广”列于编辑工作中的第 4 位，对期刊承载的学术传播工作的投入远远不够。[2] 因此，为了提升中文科技期刊在国内甚至国际的社会影响力，要加大宣传推广力度，使科研成果能够在第一时间被大众看到。[3] 加强中文科技期刊和新媒体的融合，用公众能够理解的方式宣传期刊发表的文章，就是科研成果广泛传播的一个重要渠道，这对我国科研成果的快速落地和民众科学素养的提升具有重要的

基金项目：2021 年度中国科技期刊卓越行动计划选育高水平办刊人才子项目——青年人才支持项目（项目编号：2021ZZ051803）。

推动作用。

2. 中文科技期刊新媒体运营存在的问题

新媒体对中文科技期刊的传统传播方式造成了巨大的冲击，但同时也丰富了中文科技期刊的传播渠道。国外科技期刊新媒体传播起步较早，他们常借助 Twitter、Facebook、Mendeley 等社交媒体进行科研成果传播。国内期刊对新媒体平台建设的投入也正逐步加大，常用的宣传平台包括微信公众号、微博和期刊官网，近两年抖音等短视频平台也成为中文科技期刊吸引青年受众，提升引导力、影响力、传播力、凝聚力的新阵地。[4] 不同的新媒体平台都有独特的内容风格和特点，面向的受众和传播效果不尽相同。目前我国中文科技期刊在新媒体平台运营方面普遍存在以下问题。

2.1 推送内容单一

我国中文科技期刊新媒体推广的内容主要有 3 种类型。一是仅将纸刊内容进行简单的搬运 [5]，这也是我国大部分科技期刊新媒体平台的做法，这种形式并没有考虑到新媒体平台碎片化的阅读特点，很难被非专业受众接受，尤其是理论性很强的学术文章，若直接将原文进行推广，根本起不到内容的宣传推广作用，长此以往，反而让读者对该期刊望而却步，造成读者的流失。二是将原文改写成基本保留原文结构的层次分明、观点鲜明的短篇缩略型文章 [6]，有一部分期刊采用了此种方式，但改写后的内容结构仍未脱离原文的描述逻辑，题目通常也保留了原文标题，对于非专业领域读者来说不够引人入胜，无法快速地引起读者的阅读兴趣。三是将原文核心内容、作者团队、实验过程等以视频或音频形式呈现和推送，使内容跳出文字局限，更加活泼生动，但目前尚存在视听内容的文本不够丰富、趣味性和科普性欠缺等问题，国内只有很小一部分期刊进行了这种尝试。

2.2 呈现形式死板

科技期刊出版正逐步进入全媒体阶段，融合文字、图片、动画、音视频的图文并茂的内容，可以大大提高信息传播的速度和效率。国外出版界充分认识到通过视听内容能使受众快速地了解研究动态与科学价值，因此他们针对不同的受众群体，制作不同的视听内容。但我国绝大多数中文科技期刊还是采用纯文字和图片表述的方式进行传播，这种方式很难让非专业领域的读者准确地领悟文章的核心内容和重要价值，无法实现科研成果的大众传播。短视频由于能将“晦涩难懂”的内容以视频、动画等更直观、更容易被读者接受的形式表现出来，而逐渐被我国中文科技期刊关注。这种形式可以降低知识接受的门槛，让更多的非专业领域读者以直观、有趣的方式学习科学知识、了解最新科技成果，同时也利于大众媒体的传播，可以进一步提升科技期刊的受众范围。但目前我国中文科技期刊领域的优质短视频账号不多、视频内容较少、粉丝数量相对较低，视频平台的运营能力和积极性还有待提升。[7]

2.3 运营能力薄弱

我国科技期刊呈现“小、散、弱”的特点，绝大部分科技期刊是单刊独立运营新媒体平台，受人员编制、内部经费的制约，普遍缺乏独立的、专业的新媒体团队，《中国科技期刊发展蓝皮书 2020》统计显示，我国 71.06% 的期刊没有新媒体工作人员，69.39% 的期刊没有新媒体经费的投入。大部分科技期刊新媒体平台由期刊编辑兼职负责，给编辑带来了很多额外工作量，消耗了太多时间和精力，此种形式难以持久。[8] 此外，编辑在新媒体内容生产和推广宣传方面往往也缺乏经验，不知如何将专业性强的科研文章改写为活泼生动、引人入胜的宣传材料，而且大部分新媒体平台只是注重内容推送，并未深入分析不同平台用户的人物画像、推送内容与阅读量和转发量的关系等，生产出来的新媒体内容无法深入用户内心，这也是我国中文科技期刊新媒体传播影响力不高的重要原因。大部分科技期刊新媒体都流于形式，很难做大做强。

3. 发展建议

真正被作者认可、受读者欢迎，能在服务国家科技创新中发挥有效作用，应该是中文期刊争创一流的方向，而有效传播在这个过程中将发挥着至关重要的作用，因此笔者建议从以下几个方面提升中文科技期刊的新媒体传播能力。

一是应根据自身的期刊定位、语种类型、内容特色等运营新媒体平台。首先要考虑是否每种科技期刊都要使用新媒体的问题。比如对于文章理论性很强的学报类期刊，发表更多的是前沿算法研究，学术性和预研性较强，距离实际应用还有一段距离，读者群体相对稳定，且不利于碎片化阅读，笔者不建议花太多精力在新媒体运营，收效甚微；或者不必将所有刊登的内容都通过新媒体平台推广，可考虑选择几篇优秀文章，将晦涩难懂的理论和算法以通俗易懂的方式描述，并与实际生活结合，集中精力精心策划新媒体内容，起到的宣传作用可能更大。其次要考虑选择哪种新媒体平台的问题。比如，医学类科技期刊更应注重面向大众传播医学成果与医学知识，其刊登的内容与人们的生活息息相关，可能更适合借助短视频“快、广、交互”的特征进行传播。最后，要考虑如何加工原文内容，使其更引人入胜。比如，可结合热点话题或现实应用，提取关键词语，以悬念性或结论性的形式改写题目，吸引读者点击阅读的同时，也便于利用人工智能搜索引擎算法的平台发掘和推荐，从而实现信息的精准分发和高效传播；当然，还要注重提炼论文的核心内容，结合现实生活，增加科普性和趣味性，也可考虑融入相关的新闻、评论等，使读者获得更多相关信息。

二是应提高视听内容生产能力，扩大期刊社会影响

力。实用性强或技术突破类的论文内容通常受众群体较广，建议采用丰富的手段和技术进行呈现，达到直观、生动、贴近实际的效果，扩大读者范围。国外期刊大力推广视听内容，并借助视频网站和社交媒体进行传播，增加内容曝光度，提升期刊的社会影响力。比如，Wiley推出了视频摘要与短视频两种形式：视频摘要的时长为2~3 分钟，简短地阐释论文的研究方法和成果，主要面向专业受众；短视频的时长约为 1 分钟，面向非专业受众，主要阐述研究成果对相应领域的贡献。科技期刊视听化已成为重要的发展趋势，视听内容可以被理解为科技期刊的科普品牌的延伸。近几年我国一部分中文科技期刊也开始注重视听内容的生产，并通过抖音等短视频平台宣传，但从数据来看，我国中文科技期刊优质的抖音账号、视频内容较少，缺乏权威性和号召力。就目前我国科技期刊的办刊条件和人力资源情况，笔者建议要综合考虑自身期刊定位、文章特点、服务对象和人力物力成本等情况，采用有声幻灯片、动画、专家讲授视频等合适的形式呈现文章的主题思想和核心内容，并根据视听内容特点选择合适的视频网站和社交媒体进行推广传播，注重“精”，而不是“多”。

三是应重视科技期刊新媒体集群建设，注重集约发展与资源整合。目前，我国单刊新媒体平台鲜有做得特别好的，究其原因，一是新媒体人员匮乏，二是运营资金不足。期刊集群化是我国世界一流科技期刊建设目标的重要方向，搭建统一的期刊资源服务平台和新媒体传播平台，实现刊群资源的共享和整合，已成为期刊集群化发展的新路径。笔者建议同一刊群应设立独立的新媒体部门，并制定新媒体人员考核和激励机制，集中精力重点打造一个代表集群或者某学科领域的泛学术新媒体平台，比如联合微信公众号，集中发布集群内单刊推荐的优质内容、领域内的前沿动态信息等，使集群与单刊、单刊与单刊之间共享粉丝，形成聚集效应。集群新媒体平台还可以提供核心期刊查询、分区查询、会议查询等功能，打造虚拟学术社区，使其不仅是宣传工具，还是查询工具和信息交流工具，增加用户的依赖性。此外，具有一定运营实力的期刊集群，也可考虑吸引相同或相近学科领域、人力物力欠缺、独立运营的非集群单刊进行新媒体合作，比如建立微信公众号矩阵或联盟，这样一方面可以帮助单刊减轻新媒体运营的成本和编辑的工作负担，另一方面对于新媒体期刊集群来说，更多的数据资源可以快速提升集群新媒体平台的权威性和号召力，是一个双赢的方法。

结语

服务科技创新是科技期刊的首要责任，传播科学知识、提升全民的科技素养、助力提升我国国际话语权更是科技期刊义不容辞的责任。科技期刊的数字化、网络化、智能化是其发展的必然趋势，快速、广泛地传播科技创新成果是科技期刊安身立命、可持续发展的重要手段。本文对我国中文科技期刊新媒体运营的现状和困境进行了分析阐述，并从多个角度提出了建设和运营中文科技期刊新媒体平台的方式方法，以期与同行们共同探讨。未来，笔者还将从学术期刊的新媒体内容尤其视听内容加工、新媒体平台宣传策略等方面进行深入研究。媒

参考文献

[1] 张新玲，谢永生 . 国外顶级学术期刊《Nature》新媒体应用研究 [J]. 中国传媒科技，2017（4）： 75-76.

[2] 王维朗，郭伟，黄江华，等 . 学术期刊编辑职业认知度及满意度调查与分析 [J]. 中国科技期刊研究，2021（1）： 55-64.

[3] 周楠，张颖，唐果媛，游滨，孙涛，冉明会 . 科技期刊新媒体研究进展与实践 [J]. 中国科技期刊研究，2021（1）： 83-90.

[4] 郑泉 . 媒体融合时代提升科技期刊精准传播能力的对策与思考 [J]. 编辑学报，2020（2）： 188-190.

[5] 郭伟 . 学术期刊融合新媒体需要解决的关键问题 [J]. 编辑学报，2018（2）： 137-140.

[6] 万志超，杨松迎，王志鸿，王青 . 微信公众平台与期刊文章相关栏目的内容设置探析——以《电力系统自动化》为例 [J]. 中国科技期刊研究，2016（9）： 1017-1021.

[7] 宋启凡 . 学术期刊抖音短视频平台的发展与探索 [J]. 中国科技期刊研究，2021（3）： 365-371.

[8] 杜焱，蒋伟，季淑娟，李忠富 . 典型高校期刊社微信公众号传播力与运营策略研究 [J]. 中国科技期刊研究，2021（1）： 75-82.

作者简介：唐名威（1986-），男，北京，副编审，研究方向：科技期刊集群建设、学术出版传播。

（责任编辑：涂东敏）